

Grande conso

Pourquoi Leclerc et C'est qui le patron?! s'associent

Par Valérie Xandry le 28.05.2019 à 15h49

🕒 Lecture 1 min.

La centrale d'achat du numéro un de la distribution en France va référencer l'intégralité des produits de la "marque du consommateur". De quoi ouvrir des débouchés pour ces produits équitables.



Grâce au partenariat entre Leclerc et C'est qui le patron?!, le dernier né de la "marque des consommateurs" a trouvé sa place en rayons.

📷 CHALLENGES

"C'est la première fois que tous les produits C'est qui le patron?! se trouvent dans un même magasin." Lundi 27 mai, le fondateur de la célèbre "marque du consommateur" ne cachait pas sa joie dans le centre Leclerc de Levallois. Nicolas Chabanne et Michel-Edouard Leclerc se sont volontiers prêtés à une séance photo posant devant les produits exposés dans l'allée centrale. Et avec les producteurs bien sûr puisque C'est qui le patron?! a été créé sur la base d'une idée simple: les consommateurs établissent le cahier des charges du produit avec en ligne directrice une meilleure rémunération pour les producteurs. Deux ans et demi après, la marque signe donc un partenariat avec le numéro un de la distribution en France.

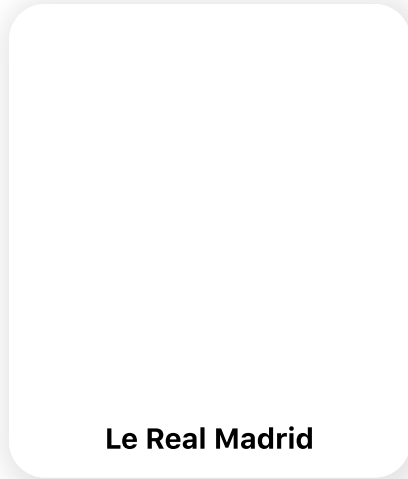
>> **A LIRE AUSSI - Les secrets du succès marketing de la marque de lait "C'est qui le patron"**

Désormais les 29 produits de la gamme C'est qui le patron?! sont référencés par la centrale d'achat du distributeur. "Avant, Leclerc était de la partie mais de manière très sporadique", explique Michel-Edouard Leclerc. Car le choix était laissé à l'initiative de chaque magasin et l'accent s'était porté sur une régionalisation de l'offre. Avec ce référencement national, l'intégralité des produits est disponible en ligne et le référencement en rayons est encouragé. En cinq mois, le nombre moyen de produits référencés par magasin est passé de dix à quinze et l'objectif est de 20 d'ici à la fin de l'été. "Nous voulons être sur le podium des débouchés de C'est qui le patron?! dans les douze mois", précise Michel-Edouard Leclerc.

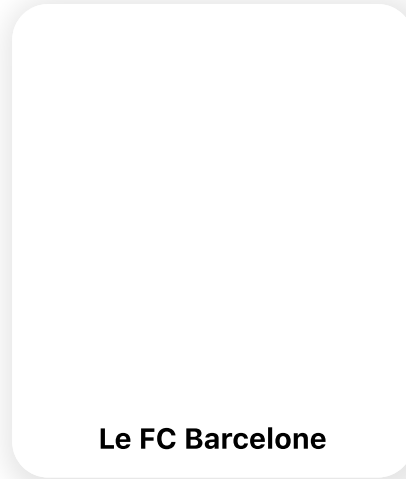
Accroître sa visibilité

Pour C'est qui le patron?!, c'est l'occasion d'accroître sa visibilité en France, notamment en zone rurale où l'enseigne Leclerc est fortement implantée. Et de profiter d'un coup de projecteur sur l'ensemble des produits de sa gamme. Car si la marque a connu un succès fulgurant avec son produit phare –le lait dont il s'est vendu 115 millions de litres– et touche 11 millions de consommateurs, les produits connaissent des fortunes diverses. Le lait, le beurre ou encore les œufs cartonnent mais les pâtes et le steak haché beaucoup moins. "Ce partenariat est une accélération pour C'est qui le patron?!", estime Rodolphe Bonnasse, PDG de CA Com et spécialiste du commerce. "C'est une chose d'avoir quelques produits référencés auprès d'un distributeur, c'en est une autre d'avoir l'ensemble de sa gamme embarquée dans un référencement national. Cela donne une logique de puissance et permet de faire découvrir des références qui fonctionnaient moins bien dans des enseignes urbaines."

Quelle équipe avait remporté le dernier Clasico en Liga en Octobre 2021 ?



ou



Politique de confidentialité



C'est qui le patron?! est en effet présent dans des magasins d'autres enseignes, comme Carrefour, Intermarché ou Monoprix mais seulement sur un nombre plus ou moins réduit de produits. La "marque du consommateur" a d'ailleurs lancé une application permettant à l'utilisateur d'interpeller directement les enseignes pour les inciter au référencement de produits. "50.000 demandes ont été envoyées en quelques semaines", indique Nicolas Chabanne. Avec ce partenariat avec Leclerc, la marque C'est qui le patron?! –dont la moitié des ventes sur les deux premières années de son existence ont été réalisées via l'enseigne Carrefour– est désormais bien positionnée auprès des deux principaux distributeurs français: plus de 40% de part de marché à eux deux!

Une réponse à la loi Alimentation

Ce partenariat est "bien vu" également par Leclerc, note Rodolphe Bonnasse. "Cela répond à la préoccupation des consommateurs de donner du sens à leurs achats et les distributeurs doivent accompagner ce mouvement", note le spécialiste du commerce. La grande distribution s'est en effet emparée de la tendance du mieux manger et du consommer responsable ces dernières années pour accompagner cette tendance de fond. Au côté du bio, "le commerce équitable mérite lui aussi une place à la hauteur des valeurs qu'il défend", prône Michel-Edouard Leclerc. Un argument marketing qui doit donc certainement s'illustrer au niveau commercial. Le groupe n'a néanmoins pas fourni de données financières sur la progression des ventes de la marque C'est qui le patron?! à travers le réseau de l'enseigne, ni sur la part du chiffre d'affaires issu du segment du commerce équitable.

L'opération a aussi pour objectif de montrer que "les commerçants ne s'opposent pas au monde agricole, qu'ils sont là pour l'accompagner et le développer dans une démarche de proximité", souligne Rodolphe Bonnasse qui rappelle qu'il existe "d'ores et déjà de nombreux partenariats avec des coopératives agricoles". Une approche qui résonne tout particulièrement, à l'heure des débats autour de la loi Alimentation dont l'objectif est une meilleure répartition de la valeur dans la filière agro-alimentaire. "Cette loi définit un cadre de contraintes pour les distributeurs avec notamment la réduction de l'agilité promotionnelle et la hausse de prix sur certains produits. Avec ce partenariat, Michel-Edouard Leclerc montre qu'il existe une autre voie de discussion directe avec les producteurs" ajoute Rodolphe Bonnasse.

Le patron de Leclerc s'était d'ailleurs fortement engagé dans le débat de la loi Alimentation, se montrant assez virulent sur les modalités retenues, comme l'augmentation du seuil de revente à perte. Depuis plusieurs mois, la plupart des distributeurs –et Leclerc n'était pas en reste–, ont abondamment communiqué des initiatives et partenariats en vue de revaloriser le monde agricole. Et le partenariat avec C'est qui le patron?! s'inscrit totalement dans cette démarche.

 COMMENTER

LECLERC

Challenge^s
L'économie de demain est l'affaire de tous

© Challenges - Les contenus, marques, ou logos du site challenges.fr sont soumis à la protection de la propriété intellectuelle.

Audience certifiée par